



LISBON  
SCHOOL OF  
ECONOMICS &  
MANAGEMENT  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# **MESTRADO**

## **MARKETING**

### **TRABALHO FINAL DE MESTRADO**

#### **DISSERTAÇÃO**

**BEBIDAS ALCOÓLICAS: PADRÕES DE CONSUMO E  
PERCEÇÃO DE CONSUMO MODERADO**

**LUIS ALBERTO ANTUNES BORLIDO**

**OUTUBRO - 2014**



LISBON  
SCHOOL OF  
ECONOMICS &  
MANAGEMENT  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# **MESTRADO EM MARKETING**

## **TRABALHO FINAL DE MESTRADO** DISSERTAÇÃO

**BEBIDAS ALCOÓLICAS: PADRÕES DE CONSUMO E  
PERCEÇÃO DE CONSUMO MODERADO**

**LUIS ALBERTO ANTUNES BORLIDO**

**ORIENTAÇÃO:** PROF. DOUTOR JOSÉ MANUEL C. VERÍSSIMO

**JÚRI:**

**PRESIDENTE:** PROF. DOUTORA HELENA C. M. MARTINS  
GONÇALVES

**VOGAIS:** PROF. DR. LUÍS FILIPE N. C. NAZARÉ  
PROF. DOUTOR JOSÉ MANUEL C. VERÍSSIMO

**OUTUBRO - 2014**

## RESUMO

O consumo de bebidas alcoólicas (vinho, cerveja, espíritos) faz, desde há séculos, parte das práticas e tradições da cultura ocidental. No entanto, não existe uma definição consensual do que é o consumo moderado de bebidas alcoólicas, nem de como os indivíduos, sendo ou não consumidores, interpretam o consumo moderado.

O objetivo deste estudo é pois conhecer a percepção do conceito de consumo moderado de bebidas alcoólicas, através da análise dos comportamentos associados ao consumo moderado, e da opinião sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em determinados contextos.

Para responder a esta questão foi realizado um trabalho empírico de natureza quantitativa, com recurso a um questionário *online*, sendo a amostra constituída por 376 indivíduos maiores de 18 anos.

Os resultados permitem concluir que há diferenças significativas na percepção de consumo moderado, segundo as variáveis género e padrões de consumo, definidos em termos de frequência e quantidade consumida.

Palavras-chave: percepção de consumo moderado, padrões de consumo, bebidas alcoólicas

## **ABSTRACT**

For centuries the consumption of alcoholic beverages (wine, beer, or spirits) has been part of the customs and traditions of Western culture. However, there is no consensus of what the definition of the moderate consumption of alcoholic beverages is, nor how consumers or non-consumers interpret moderate consumption.

The aim of the present study is to characterize the perception of the concept of moderate consumption of alcoholic beverages through the analysis of behaviors associated with moderate consumption and the opinion of the maximum number of alcoholic beverages that a healthy person could drink in certain contexts.

To address this question, an empirical, quantitative study was conducted using an online questionnaire, with a sample of 376 individuals over 18 years of age.

The results presented here show that there are significant differences in the perception of moderate consumption between genders and in relation to consumption patterns. The latter were defined in terms of frequency and quantity of alcoholic beverages consumed.

Key words: perception of moderate consumption, patterns of consumption, alcoholic beverages

# ÍNDICE

<b>RESUMO.....</b>	<b>I</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>II</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
1.1 Introdução .....	1
1.2 Relevância do tema .....	1
1.3 Interesse pessoal .....	2
1.4. Objetivo do estudo .....	2
1.5 Estrutura da investigação .....	3
<b>CAPÍTULO 2. REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Introdução .....	4
2.2 Conceito de bebidas alcoólicas .....	4
2.3 Conceito de beber moderado ou beber com moderação .....	6
2.4 Recomendações sobre beber com moderação.....	7
2.5 Percepção de beber moderado .....	9
2.6 Conclusão.....	11
<b>CAPÍTULO 3. MODELO CONCEPTUAL.....</b>	<b>11</b>
3.1 Introdução .....	11
3.2 Definição do problema de pesquisa .....	11
3.3 Modelo conceptual.....	12
3.4 Definição de objetivos .....	12
3.5 Hipóteses de investigação .....	13
<b>CAPÍTULO 4. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO E DADOS.....</b>	<b>15</b>
4.1 Introdução .....	15
4.2 Desenho da pesquisa.....	15
4.3 Desenho do questionário.....	16
4.4 Dados e procedimentos estatísticos .....	17
<b>CAPÍTULO 5. ANÁLISE EMPÍRICA.....</b>	<b>18</b>
5.1 Introdução .....	18
5.2 Caracterização da amostra .....	18
5.3 Padrões de Consumo.....	19
5.4 Fontes de informação sobre o consumo de álcool .....	21
5.5 Percepção de consumo moderado .....	21
5.6 Hipóteses testadas .....	23

<b>CAPÍTULO 6. CONCLUSÕES FINAIS .....</b>	<b>28</b>
6.1 Introdução .....	28
6.2 Fontes de informação sobre consumo moderado .....	28
6.3 Frequência de consumo e quantidade consumida .....	29
6.4 Percepção de consumo moderado .....	29
6.5 Limitações do estudo .....	33
6.6 Contribuição teórica .....	34
6.7 Contribuição para a gestão .....	34
6.8 Indicações para pesquisas futuras .....	35
 <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	 <b>36</b>
 <b>ANEXOS .....</b>	 <b>39</b>

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Modelo conceptual sobre a percepção do conceito de consumo moderado .....	12
---	----

### **ÍNDICE DE TABELAS**

Tabela 1: Conteúdo de álcool puro por tipo de bebida .....	5
Tabela 2: Recomendações sobre beber com moderação .....	9
Tabela 3: Percepções sobre consumo moderado .....	10
Tabela 4: Caracterização sociodemográfica da amostra .....	18
Tabela 5: Padrões de consumo de bebidas alcoólicas da amostra .....	20

## **CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO**

### ***1.1 Introdução***

O consumo de bebidas alcoólicas, nomeadamente, vinho, cerveja e bebidas espirituosas, está, desde há séculos, presente nas práticas e tradições da cultura ocidental. É um consumo que faz parte do quotidiano de hábitos alimentares e, paralelamente, assume um papel de relevo em eventos sociais. Na esfera social coexistem diferentes abordagens relativamente ao consumo de bebidas alcoólicas. Por um lado, verifica-se a sua valorização enquanto património social e económico que, se consumido com moderação, constitui um produto benéfico para a saúde. Por oposição, uma postura que promove a restrição, e até mesmo a eliminação do seu consumo, encarando-o como um grave problema para o consumidor e para a sociedade em geral, pelos riscos de adição, de desenvolvimento de doenças e outras consequências com custos sociais elevados, como por exemplo acidentes. O presente trabalho incide sobre os hábitos de consumo de bebidas alcoólicas, visando identificar os padrões de consumo e as percepções associadas ao consumo moderado.

### ***1.2 Relevância do tema***

Com base em dados publicados pelo *Internacional Wine & Spirit Research* (2013), consumiram-se 923 milhões de litros de bebidas alcoólicas em Portugal no ano de 2012, entre cerveja (52%), vinho (45%) e bebidas espirituosas (3%). Segundo dados da Organização Mundial de Saúde (2014) relativos a 2010, em termos de litros de álcool puro consumido, o primeiro lugar vai para o vinho (56%), seguido da cerveja (32%), bebidas espirituosas (10%) e outras bebidas (2%). De acordo a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico (2014) em 2011, o consumo *per capita* de álcool puro em Portugal foi estimado em 11,4 litros, contra uma média de 9,4 litros registada num conjunto de 34 Países. Tendo em consideração que Portugal apresenta um consumo

elevado de álcool, o seu consumo excessivo assume-se como um grave problema de saúde pública (Instituto da Droga e da Toxicodependência, 2011). Nesse sentido, nos últimos anos tem-se vindo a assistir à implementação de um conjunto de medidas políticas que procuram limitar o consumo de bebidas alcoólicas de modo a reduzir riscos para o indivíduo e para a sociedade.

As empresas da indústria das bebidas alcoólicas procuram incrementar os seus negócios, aumentando as suas vendas em quantidade e valor, o que implica o desenvolvimento de estratégias que visam o recrutamento de novos consumidores assim como o alargamento dos contextos e ocasiões de consumo. Contudo, são confrontadas com o dever de promoção de consumos responsáveis, o que pode ter como consequência uma redução dos seus negócios. As estratégias deste sector estão limitadas por restrições legais à promoção e consumo de álcool. Paralelamente, o sector debate-se com a construção de uma responsabilidade social, assente numa lógica de que o crescimento não pode ser sustentado à custa de comportamentos que coloquem em risco os seus consumidores, ou que sejam percebidos pela sociedade como prejudiciais.

### ***1.3 Interesse pessoal***

Em termos profissionais, estou de há muitos anos ligado ao sector das bebidas alcoólicas e tenho especial interesse pelas questões relacionadas com o conceito de consumo moderado e sua articulação com a responsabilidade social das empresas.

### ***1.4. Objetivo do estudo***

Apesar do consumo de bebidas alcoólicas estar enraizado na cultura ocidental, não existe uma definição institucional consensual do que é o consumo moderado, nem uma convergência na forma como os indivíduos, sendo ou não consumidores de bebidas alcoólicas, interpretam o consumo moderado (Abel, Kruger, & Friedl, 1998; Barry &



Goodson, 2011; Mary C Dufour, 1999; Furtwaengler & de Visser, 2013; Robertson & Forbes, 2011). Este problema resulta, entre outros factos, da variedade de padrões de consumo existentes, da inconsistência nas definições associadas ao consumo de álcool (beber pesado, beber moderado, beber de risco, bebida padrão), dos diferentes métodos utilizados para registar e reportar as frequências de consumos (semana, dia, mês), do grau alcoólico das bebidas e das capacidades dos copos utilizados. Neste contexto, parece pertinente desenvolver um estudo que visa entender o que os consumidores pensam sobre o consumo moderado, tomando como pergunta de partida: qual é a percepção de consumo moderado de bebidas alcoólicas? O resultado deste estudo deverá permitir identificar: fontes de informação sobre o conceito de consumo moderado, padrões de consumo de bebidas alcoólicas e percepções associadas ao consumo moderado de bebidas alcoólicas. Esta informação poderá vir a ser utilizada, pelas empresas da indústria das bebidas alcoólicas, para reforçarem a promoção de comportamentos de consumo responsável.

### ***1.5 Estrutura da investigação***

A dissertação está estruturada em seis capítulos. No capítulo I é apresentado o tema da dissertação e comenta-se a sua relevância; no capítulo II, procede-se à revisão da literatura sobre o tema e sua problemática; no capítulo III é apresentado o modelo conceptual, o problema de investigação, os objetivos do estudo e as hipóteses de investigação; no capítulo IV, descreve-se a metodologia utilizada na pesquisa empírica; no capítulo V, apresentam-se e analisam-se os resultados; e no capítulo VI, sintetizam-se as conclusões do estudo, suas limitações e propõem-se sugestões para futuras investigações.

## **CAPÍTULO 2. REVISÃO DE LITERATURA**

### ***2.1. Introdução***

Este capítulo é dedicado à revisão de literatura sobre a temática do consumo moderado de bebidas alcoólicas, com o objetivo de apresentar uma síntese dos conceitos e teorias que lhe servem de quadro de referência.

De acordo com o referido anteriormente, por razões históricas e culturais, o consumo de bebidas alcoólicas está presente na sociedade, mas não existe uma definição consensual sobre consumo moderado. Para compreender este constructo, procurou-se identificar a origem da expressão consumo moderado, perceber como evoluiu ao longo do tempo e apresentar algumas conclusões de estudos que se debruçaram sobre as percepções que lhe estão associadas. Na medida em que as abordagens sobre consumo moderado são frequentemente desenvolvidas a partir da referência à quantidade de álcool ingerida, parece pertinente iniciar o enquadramento teórico com a análise de dois conceitos base: o de bebida alcoólica e o de dose padrão de bebida alcoólica. De seguida, identificam-se as principais recomendações sobre consumo moderado e por último, as percepções associadas ao consumo moderado de bebidas alcoólicas presentes na literatura científica.

### ***2.2 Conceito de bebidas alcoólicas***

Consideram-se bebidas alcoólicas as que contêm, na sua composição, álcool etílico (Mello, 2001). A graduação alcoólica de uma bebida indica a percentagem volumétrica de álcool puro nela contida. Assim, por exemplo, um vinho de 10° indica que um litro de vinho contém 10% de álcool, isto é, 100 ml ou 80 gramas de álcool (Mello, 2001). A quantidade de álcool ingerida depende da graduação alcoólica da bebida e da capacidade, em volume, do copo utilizado, conforme se ilustra na tabela seguinte.

**Tabela 1:** Conteúdo de álcool puro por tipo de bebida

	<b>Cerveja</b>	<b>Vinho</b>	<b>Aperitivo</b>	<b>Aguardente</b>
Capacidade do copo	3 dl	1,65 dl	0,5 dl	0,5 dl
Grau alcoólico	6°	12°	20°	40°
Conteúdo de álcool puro	12 g	12 a 13 g	10 a 12 g	14 a 16 g

Fonte: (Mello, 2001)

Numa perspectiva de Saúde Pública, o álcool é considerado uma droga (substância psicoativa) lícita. As drogas psicoativas alteram o comportamento e a cognição (Organização Mundial de Saúde, 1981 citada por Carlini et al., 2001), atuando no Sistema Nervoso Central, podendo, inclusive, provocar dependência. Apesar do consumo de bebidas alcoólicas ser socialmente aceite, assumindo-se assim como uma droga lícita, o seu consumo, quando excessivo, passa a ser um problema (Carlini, Nappo, Galduróz, & Noto, 2001).

Perante a escassez de informação científica relativamente à definição dos níveis seguros de consumo de bebidas alcoólicas, e face à necessidade de promover hábitos de vida saudáveis, a comunidade médica sentiu necessidade de avaliar os comportamentos de consumo dos seus pacientes e recomendar níveis seguros de consumo (Bradley, Donovan, & Larson, 1993). Associada à ausência de parâmetros científicos delimitadores dos níveis seguros de consumo, encontrava-se uma diversidade de opiniões expressas em publicações médicas em que um consumo entre duas e cinco bebidas, numa publicação era classificado como *heavy* e noutra como *moderate* (Abel et al., 1998). Paralelamente, não existia uma definição do conceito de bebida, estando a atenção dos investigadores mais focada nos efeitos do álcool ingerido, do que na graduação alcoólica da bebida ingerida (Mary C Dufour, 1999). Um outro fator que acrescia maior complexidade à problemática, residia na quantidade de bebida ingerida, na medida em que era, e ainda é, considerada em função da capacidade do copo e do local onde ocorria o consumo. Por exemplo, as quantidades

servidas na casa de cada um, são geralmente mais generosas do que as servidas nos estabelecimentos comerciais, (Mary C Dufour, 1999).

Para ultrapassar as dificuldades em standardizar a definição de bebida, a partir da graduação alcoólica e da quantidade, os investigadores começaram a reportar os consumos, não em quantidade (um copo de vinho, duas cervejas, etc.), mas sim em gramas de álcool contido na bebida (Mary C Dufour, 1999). Ainda segundo Dufour (1999), as autoridades de saúde norte americanas apresentaram uma definição de padrão de bebida que foi publicada no *Nutrition and Your Health: Dietary Guidelines for Americans* (DHHS and USDA 1995 citado por Dufour, 1999), estabelecendo: (i) a bebida padrão contém aproximadamente 12 gramas de álcool puro e (ii) corresponde às seguintes quantidades, por tipo de bebida: 355 ml de cerveja; 148 ml de vinho e 44 ml de bebida destilada. Recorrendo ao conceito de bebida padrão, as autoridades passaram a informar a quantidade de bebidas alcoólicas padrão que um adulto poderia ingerir, sem incorrer em problemas de saúde.

### ***2.3 Conceito de beber moderado ou beber com moderação***

Os *Dietary Guidelines for Americans* (citado por Dufour, 2001) definiram pela primeira vez em 1990, o conceito de beber moderado como correspondendo a um máximo de 2 bebidas alcoólicas por dia, no caso de homens, e de 1 bebida por dia, no caso de mulheres, Acresce-se ainda que incluíam a seguinte recomendação: “Se beber bebidas alcoólicas faça-o com moderação” .

O termo moderado, quando relativo ao consumo de bebidas alcoólicas, pode ser empregue com distintos sentidos (Kalant & Poikolainen, 1999):

- (i) Não tóxico: refere-se aos efeitos adversos para a saúde e suas consequências, que podem resultar da intoxicação;

- (ii) Estatisticamente normal: corresponde ao consumo, em quantidade, que está em linha com o consumo médio de uma dada população;
- (iii) Não prejudicial: reflete principalmente as preocupações com as doenças associadas ao consumo de álcool;
- (iv) Sem problemas: não só em termos de saúde, mas também no plano social, relações com terceiros, desempenho no trabalho, aspetos legais e económicos;
- (v) Ótimo: quantidade de álcool associada ao menor risco de mortalidade numa população.

Contudo, e de acordo com Dufour (1999), a expressão beber moderado é altamente subjetiva, pois o que uma pessoa considera como consumo moderado de álcool, outra pode considerar como consumo excessivo. Como exemplo de subjetividade, refira-se o estudo conduzido junto da comunidade médica americana (n=390), com o objetivo de identificar a definição operacional dos conceitos de *light*, *moderate* e *heavy*, em que se concluiu pela existência de uma correlação positiva entre o número de bebidas que os médicos consumiam e a sua definição operacional de cada uma das três categorias de consumo (Abel et al., 1998). Na mesma linha de conclusões, importa mencionar um estudo realizado na Suécia, em 2008 (n=1.623) em que os participantes que avaliavam mais positivamente a sua experiência de consumo de bebidas, tinham uma menor percepção do risco de beber, face aos participantes cujas experiências eram mais negativas (Karlsson, 2012).

#### ***2.4 Recomendações sobre beber com moderação***

Um amplo estudo englobando 57 países de todos os continentes, incluindo 27 da União Europeia, concluiu pela inexistência de consenso sobre o que constitui beber com moderação, beber prejudicial e beber de baixo risco e que a utilização destes termos reflete diferentes conceptualizações de risco, sendo necessário desenvolver diretrizes que

permitam compreender estes conceitos. Constatou, ainda, a falta de consenso sobre as consequências para a saúde do beber excessivo (Furtwaengler & de Visser, 2013).

As autoridades de saúde pública de diversos países foram publicando, ao longo do tempo, diretrizes sobre o consumo de bebidas alcoólicas nas quais esclarecem os seguintes parâmetros: dose de bebida, gramas de álcool puro por dose, calorias por dose, e número de doses de bebida que não deve ser excedido. Apesar do esforço em clarificar e uniformizar estes parâmetros, continuaram a verificar-se diferenças na definição de consumo moderado (Bloomfield, Stockwell, Gmel, & Rehn, 2003). Não obstante a falta de consenso na definição de consumo moderado, este pode ser entendido como o consumo que tem como limite máximo 10-12g/dia de álcool puro para mulheres e 20-24g/dia para homens (Diaz et al., 2002). Por seu turno, a Organização Mundial de Saúde classifica os consumos de álcool em consumo de risco (padrão de consumo que acarreta riscos de consequências prejudiciais à saúde, se o consumo persistir), consumo nocivo (padrão de consumo que já se traduz em consequências para a saúde e, dependência (desejo ou compulsão forte para consumir álcool). Em Portugal, a Direção Geral de Saúde, através da norma nº 30 de 2012, veio informar: a definição de bebida padrão, a classificação dos consumos numa perspetiva de risco e a quantidade máxima diária recomendada para adultos entre os 18 e os 64 anos.

Na linha da crescente relevância que a temática do consumo moderado assume junto da comunidade científica e na esfera política, as empresas da indústria das bebidas alcoólicas desenvolveram programas encorajando os seus consumidores a adotarem formas de consumo responsável e a beber com moderação (Barry & Goodson, 2011). Sendo que, para alguns autores, a indústria das bebidas alcoólicas abraçou a causa do “beber responsável” com objetivos de influenciar a legislação e ganhar credibilidade junto da sociedade, como um “bom cidadão” e que, as campanhas da indústria assentam num modelo que culpa o

consumidor pelo abuso e não o produto, como substância problemática (Piazza-Gardner, 2013; Wolburg, 2005). Em Portugal, as principais empresas do sector dos vinhos subscreveram o programa europeu *Wine in Moderation*. Também as empresas de bebidas espirituosas assumiram a promoção do consumo responsável, tendo desenvolvido diversas iniciativas, entre as quais a criação do site “Beba com Cabeça”. Refira-se que o sector subscreveu um código de autorregulação da sua comunicação comercial, comprometendo-se a incluir a frase “Seja Responsável, Beba com Moderação”, em toda a sua comunicação comercial (publicidade, promoções, patrocínios, marketing direto e outros).

A tabela seguinte resume as diretrizes sobre o conceito de consumo moderado.

**Tabela 2:** Recomendações sobre beber com moderação

<b>Diaz et al. (2002)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo moderado entendido como o consumo em termos de 10-12g/dia de álcool puro para as mulheres e 20-24g/dia para homens.</li> </ul>
<b>Furtwaengler &amp; de Visser (2013)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uma dose corresponde ao equivalente a 10g de álcool puro;</li> <li>Consumos máximos por dia e por semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Mulheres: 2 “doses” /dia e 12 “doses”/semana</li> <li>Homens: 3 “doses” /dia e 18 “doses”/semana</li> </ul> </li> <li>Um dia por semana sem beber;</li> <li>Condutores de veículos não devem ingerir álcool;</li> <li>Grávidas e mulheres a amamentar não devem beber.</li> </ul>
<b>Direcção Geral de Saúde, 2012</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Define-se bebida padrão como o volume de bebida alcoólica contendo 10g de álcool puro;</li> <li>A quantidade máxima diária recomendada para homens entre os 18 e os 64 anos são duas bebidas padrão, ou 20g de álcool;</li> <li>Na mulher, a quantidade máxima recomendada é uma bebida padrão, ou 10g de álcool puro em qualquer idade;</li> <li>O consumo de álcool está contraindicado: nas grávidas, adolescentes, na presença de dependência e na presença de patologias ou medicação que justifique abstinência.</li> </ul>
<b>Associações nacionais das indústrias do vinho e das bebidas espirituosas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não exceder 2 unidades (uma unidade = 10g de álcool puro) de bebida por dia/mulher e 3 unidades dia/homem;</li> <li>Não mais de 4 unidades de bebida em qualquer ocasião;</li> <li>Os menores de idade não devem beber;</li> <li>O álcool deve ser evitado em certas situações como durante a gravidez, em simultâneo com determinados medicamentos ou aquando do trabalho com máquinas;</li> <li>Evitar beber se de seguida conduzir e nunca exceder os limites da Taxa de Álcool no Sangue legalmente estabelecidos para os condutores.</li> </ul>

### 2.5 Percepção de beber moderado

As organizações de saúde pública, a comunidade médica, as empresas do ramo das bebidas alcoólicas entre outras organizações, procuram ativamente motivar os consumidores de

bebidas alcoólicas a adotarem comportamentos de consumo moderado, recorrendo, para o efeito, a diferentes canais de comunicação e utilizando diversas mensagens. No entanto, estes estímulos são filtrados pelo consumidor, que os interpreta, em função das suas motivações e personalidade, através da percepção. Segundo Dubois & Roxo (1993), “o mecanismo perceptual rege as relações entre o indivíduo e o mundo que o rodeia e todo o conhecimento é necessariamente adquirido através da percepção”. A percepção é o processo através do qual selecionamos, organizamos e interpretamos a informação que recebemos, para criarmos uma imagem do mundo, que faça, para nós, sentido (Berelson & Steiner, 1964), citado por (Kotler & Keller, 2009). Quando essa imagem é partilhada por outros, forma uma linguagem e cultura comuns (Solomon, 2006). Em marketing, as percepções são mais importantes do que a realidade, pois são orientadoras do comportamento do consumidor (Kotler & Keller, 2009). A tabela seguinte sintetiza as principais conclusões de três estudos que foram desenvolvidos com o objetivo de identificar as percepções sobre consumo moderado.

**Tabela 3:** Percepções sobre consumo moderado

<b>Green et al., 2007</b>  <b>n = 150</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O conceito de moderação é algo pessoal, que varia de indivíduo para indivíduo, de acordo com crenças, história da família, massa corporal, género e local de consumo;</li> <li>• Os consumidores definem moderação em função da sua tolerância ao álcool;</li> <li>• Não se embriagar é sinónimo de moderação;</li> <li>• O beber é moderado se não houver consequências negativas;</li> <li>• Manter o controlo sobre o que se bebe é moderação.</li> </ul>
<b>Barry &amp; Goodson, 2011</b>  <b>n=729</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beber responsável é principalmente associado a não conduzir;</li> <li>• Controlar e limitar o consumo com base na percepção individual dos efeitos do álcool;</li> <li>• Beber não mais do que uma bebida por hora;</li> <li>• Conhecer os seus limites;</li> <li>• Evitar a intoxicação;</li> <li>• Planear o que vai consumir com antecedência.</li> </ul>
<b>Mukamal et al., 2008</b>  <b>n=878</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beber com moderação é saudável e seguro para a maior parte das pessoas;</li> <li>• A percepção de benefício para a saúde é um dos motivos que leva as pessoas a consumirem álcool.</li> </ul>



## ***2.6 Conclusão***

As autoridades de saúde pública foram publicando, ao longo dos anos, diretrizes sobre o consumo de bebidas alcoólicas, definindo o conceito de dose de bebida padrão, quantificando as gramas de álcool puro por tipo de bebida, classificando os padrões de consumo em função do risco, e indicando o número máximo de bebidas que um consumidor não deveria ultrapassar. Daqui surgiu o conceito de consumo moderado, associado a um consumo não prejudicial à saúde nem à sociedade. Não existe uma definição consensual do conceito de moderação, uma vez que é interpretado de maneiras diferentes, em função da percepção de cada indivíduo. Beber com moderação é pois um conceito subjetivo, na medida em que transmite ideias diferentes a pessoas diferentes.

## **CAPÍTULO 3. MODELO CONCEPTUAL**

### ***3.1 Introdução***

No seguimento da revisão de literatura, apresenta-se no presente capítulo o modelo conceptual que, de forma simplificada, representa o tema desta investigação e que serve de base para formular as hipóteses que permitem responder aos objetivos da pesquisa.

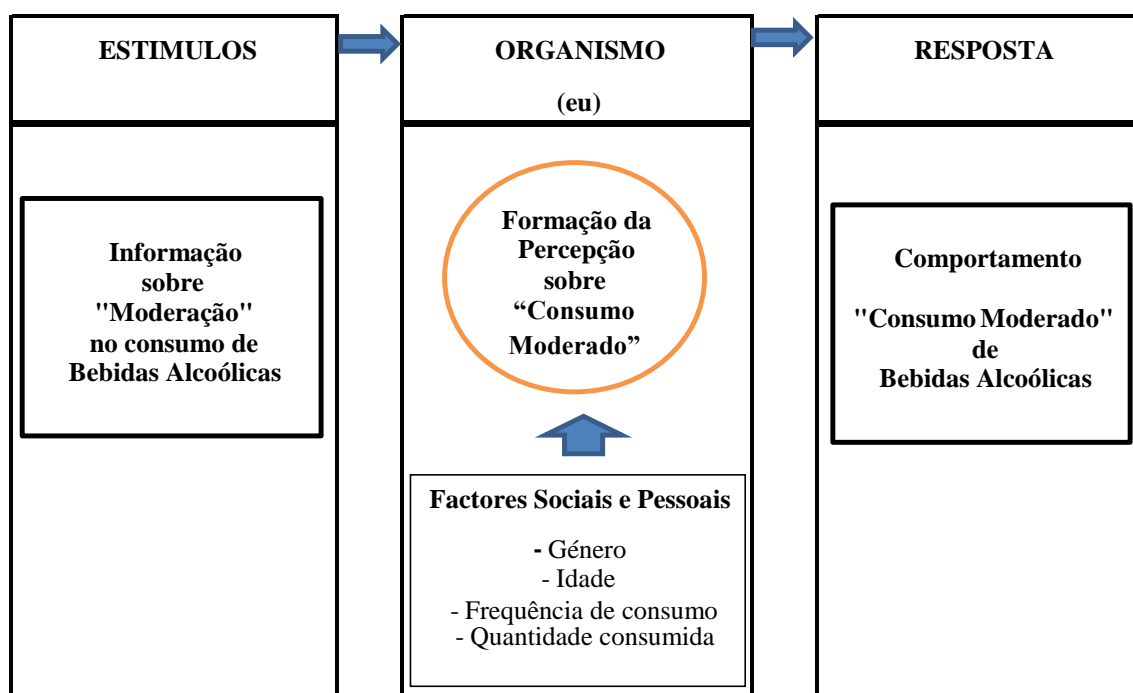
### ***3.2 Definição do problema de pesquisa***

O presente estudo tem como objetivo apreender as percepções sobre consumo moderado e avaliar o impacto que o perfil sociodemográfico e padrões de consumo têm na forma como os indivíduos entendem os comportamentos associados ao consumo moderado, em termos do que se deve ou não fazer assim como os limite máximos de bebidas alcoólicas que podem ser ingeridas.

### 3.3 Modelo conceptual

Neste estudo adotou-se o modelo conceptual desenvolvido por Mehrabian & Russel em 1974, denominado *EOR*, Estimulo-Organismo-Resposta. Este modelo teoriza que um estímulo externo vai influenciar o organismo, que vai produzir uma resposta a esse estímulo.

**Figura 1:** Modelo conceptual sobre a percepção do conceito de consumo moderado



Adaptado de Mehrabian & Russell, 1974

### 3.4 Definição de objetivos

O presente estudo tem como objetivo geral conhecer a percepção do conceito de consumo moderado de bebidas alcoólicas e, mais especificamente, visa:

1. Identificar as fontes de informação sobre o conceito de consumo moderado;
2. Identificar padrões de consumo, em termos de frequência de consumo e quantidade consumida;
3. Conhecer como os sujeitos interpretam o comportamento de consumo moderado;
4. Avaliar o impacto das variáveis género, idade, frequência de consumo e quantidade de consumo diário na forma como os sujeitos percecionam o consumo moderado.

### ***3.5 Hipóteses de investigação***

As percepções associadas ao consumo moderado serão apreendidas através da análise de dois parâmetros. Por um lado, os comportamentos associados ao consumo moderado, e por outro, a opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável deve beber, em determinados contextos. Apesar do conceito de consumo moderado ser um conceito subjetivo, conforme referido na revisão da literatura, é importante ver até que ponto existem padrões de percepção do consumo moderado em função do perfil sociodemográfico dos indivíduos, das frequências de consumo e das quantidades consumidas.

A Organização Mundial de Saúde (2014) identifica a idade e o género como fatores de vulnerabilidade do indivíduo relativamente ao álcool. As crianças, adolescentes e idosos são mais suscetíveis aos efeitos do álcool comparativamente a outros grupos etários. A maior vulnerabilidade das mulheres face aos homens pode ser explicada por uma variedade de fatores como o menor peso corporal, menor capacidade do fígado para processar álcool, mais gordura corporal, entre outros. Em todas as regiões seguidas pela Organização Mundial de Saúde, as mulheres consomem menos álcool que os homens e estão menos envolvidas em episódios de beber excessivo. Na mesma linha de conclusões, refira-se o estudo realizado em 35 países, que constatou que os homens bebem mais álcool do que as mulheres (Wilsnack, Wilsnack, Kristjanson, Vogeltanz-Holm, & Gmel, 2009). Em igual sentido aponta o estudo de Visser & McDonnell (2012).

Partindo do pressuposto de que há diferenças de padrão de consumo segundo o género, parece importante verificar se a percepção sobre o consumo moderado varia em função do género. Neste âmbito, refira-se o trabalho de Barry & Goodson (2011). Daqui decorrem as seguintes hipóteses de investigação:

**Hipótese 1:** Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre homens e mulheres.

**Hipótese 2:** A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre homens e mulheres.

Vários estudos referem que o consumo de bebidas alcoólicas é diferente segundo o perfil etário dos indivíduos. Segundo os mais recentes dados nacionais (Balsa, Vital, & Urbano, 2013), é entre o grupo etário dos 25 e 54 anos que o consumo de bebidas alcoólicas é particularmente elevado. Assim, parece igualmente importante apurar se a percepção sobre o consumo moderado varia em função da idade, pelo que se formulam as seguintes hipóteses:

**Hipótese 3:** Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões etários.

**Hipótese 4:** A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões etários.

Segundo Diaz et al. (2002), Furtwaengler & Visser (2013), Green et al. (2007), a percepção sobre consumo moderado está relacionada com os padrões de consumo. Neste sentido, importa apurar se a quantidade consumida e a frequência de consumo têm impacto na percepção sobre o consumo moderado, pelo que se formulam as seguintes hipóteses:

**Hipótese 5:** Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões de frequência de consumo.

**Hipótese 6:** A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões de frequência de consumo.

**Hipótese 7:** Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões de quantidade de consumo diário.

**Hipótese 8:** A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões de quantidade de consumo diário.

## **CAPÍTULO 4. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO E DADOS**

### ***4.1 Introdução***

Neste capítulo descreve-se a metodologia adotada nesta investigação, a delimitação da amostra, o método de recolha de dados e o processo de desenvolvimento do questionário.

### ***4.2 Desenho da pesquisa***

Atendendo ao problema de pesquisa, aos objetivos propostos e às hipóteses formuladas, a opção recaiu sobre a realização de um trabalho empírico de natureza quantitativa, com recurso à técnica do inquérito por questionário. O questionário foi aplicado *online* suportado pelo *software* Qualtrics. A técnica de amostragem foi a não probabilística por conveniência, sendo a população alvo definida como os indivíduos maiores de 18 anos, consumidores ou não de bebidas alcoólicas. O questionário foi divulgado através das redes sociais, da comunidade de alunos do ISEG, das empresas associadas da ACIBEV

(Associação dos Comerciantes e Industriais de Bebidas Espirituosas e Vinhos), tendo a recolha de dados ocorrido entre 25 de Julho e 19 de Agosto de 2014.

### ***4.3 Desenho do questionário***

O questionário (Anexo 1) é composto por 16 questões e está estruturado em cinco partes. A primeira parte, que integra apenas a questão 1, tem como objetivo filtrar os inquiridos, em função da idade, de modo a que apenas os que fossem maiores de idade continuassem a responder ao questionário. A segunda parte é constituída por cinco questões, da 2 à 6, e visa obter uma caracterização dos inquiridos no que reporta ao seu padrão de consumo de bebidas alcoólicas. Importa referir que as questões 2, 3 e 4 seguem a estrutura do AUDIT-C, uma versão reduzida do questionário AUDIT que foi desenvolvida com o propósito de identificar, de forma rápida, consumos de risco em cuidados de saúde primários (Gordon et al., 2001). Por sua vez, as questões 5 e 6 focam o tipo de bebidas consumidas e a frequência de consumo em diferentes contextos. Na terceira parte foram elaboradas duas questões, a 7 e a 8. A questão 7 tinha por objetivo avaliar a frequência de exposição dos inquiridos a conteúdos sobre o consumo de álcool. Nesse sentido, apresentaram-se oito frases em relação às quais se solicitava que os inquiridos indicassem a frequência com que as ouviam e/ou liam, numa escala de 1 (nunca) a 5 (sempre). A questão 8 reporta-se às fontes de transmissão dos conteúdos referidos na questão anterior. A quarta parte do questionário é constituída 3 questões, as 9, 10 e 11 que incidem sobre a percepção dos inquiridos sobre o consumo moderado. Mais especificamente, a questão 9 procura conhecer a opinião sobre o número máximo de bebidas que um indivíduo pode beber e foi adaptada do trabalho de Robertson et al (2011). A questão 10, recorrendo a uma escala de grau de importância de cinco pontos, em que 1 (nada importante) e 5 (extremamente importante), pretende apurar os parâmetros mais relevantes na definição de consumo moderado. Por sua vez a questão 11 replica o questionário de Barry & Goodson (2011)

sobre os comportamentos associados a consumo responsável de bebidas alcoólicas, com a utilização de uma escala em que 1 (não é importante adotar) e 5 (deve sempre fazê-lo), relativamente a cada um dos oito comportamentos elencados. As cinco questões finais foram colocadas para levantamento do perfil sociodemográfico dos inquiridos, no que se reporta ao género, idade, vive só ou acompanhado, habilitações literárias e situação profissional.

O questionário foi alvo de pré-teste, junto de 15 indivíduos, maiores de idade e de ambos os sexos, de modo a verificar a validade e correta interpretação das questões.

#### ***4.4 Dados e procedimentos estatísticos***

No total foram recolhidos 388 questionários no Qualtrics, sendo 12 referentes a indivíduos menores de 18 anos e que por isso não foram selecionados para responderem ao questionário. Nesse sentido, consideram-se válidos 376 inquéritos. A análise estatística dos dados foi desenvolvida com recurso ao *software* SPSS.

No primeiro momento procurou-se avaliar a distribuição dos dados no que se refere à normalidade. O teste *Kolmogorov-Smirnov*, com resultados do nível de significância inferior a 0,001, permitiu concluir que nenhuma das variáveis dependentes seguia o pressuposto da normalidade. Na medida em que neste estudo as amostras apresentavam  $n > 30$ , foi possível ultrapassar a exigência estatística da normalidade, sem graves enviesamentos para a análise, dado que a distribuição é aproximadamente normal (Marôco, 2011). Contudo, para a questão 9 (o número máximo de bebidas que um indivíduo pode beber, em diferentes contextos) verificaram-se fortes enviesamentos da distribuição pelo que, para a sua análise, se optou por procedimentos estatísticos indicados para a não normalidade. Os testes estatísticos utilizados e respetivos pressupostos podem ser consultados na tabela em anexo (Anexo II – tabela II.1)

## CAPÍTULO 5. ANÁLISE EMPÍRICA

### 5.1 Introdução

Posteriormente à recolha dos dados, procedeu-se à análise estatística dos mesmos, tendo presente os objetivos da pesquisa e as hipóteses em estudo. Primeiramente efetuou-se uma caracterização sociodemográfica da amostra, seguida de uma análise descritiva focando os padrões de consumo. Seguidamente apresentam-se os resultados relativos aos estímulos, ou seja, a frequência de exposição a conteúdos sobre consumo moderado e fontes de informação desses conteúdos. Segue-se a análise da perceção do consumo moderado presente na amostra. Por último foram testadas as hipóteses em estudo mencionadas anteriormente e que versam sobre a avaliação do impacto do género, idade e padrões de consumo na perceção do consumo moderado.

### 5.2 Caracterização da amostra

A amostra é constituída por 376 indivíduos maiores de 18 anos, dos quais 47% são do sexo feminino e 53% do sexo masculino. Em termos etários, 60% estão compreendidos nos escalões entre os 18 e os 45 anos. Refira-se que 82% dos indivíduos indica possuir habilitação académica de nível superior (tabela 4).

**Tabela 4:** Caracterização sociodemográfica da amostra

Variáveis Sociodemográficas	Categorias	n	%
Género	Feminino	176	46,8
	Masculino	200	53,2
Com quem vive	Sozinho(a)	58	15,4
	Acompanhado(a)	318	84,6
Escalão etário	18 a 25	71	18,9
	26 a 35	84	22,3
	36 a 45	70	18,6
	46 a 55	41	10,9
	56 a 65	79	21,0
	Mais de 65	31	8,2



Continuação:			
Variáveis Sociodemográficas	Categorias	n	%
Situação profissional	Estudante	46	12,2
	Empresário(a)	50	13,3
	Trabalhador(a) por conta de outrem	202	53,7
	Reformado(a)	52	13,8
	Doméstica(o)	1	0,3
	Desempregado (a)	25	6,6
Habilitações académicas	Até ao ensino secundário	67	17,8
	Bacharelato/Licenciatura	153	40,7
	Pós graduação/Mestrado	140	37,2
	Doutoramento	16	4,3

Nota: n = 376

### 5.3 Padrões de Consumo

No que se reporta à caracterização da amostra ao nível de padrão de consumo, dos 344 indivíduos que indicaram consumir bebidas alcoólicas, 51% afirma fazê-lo com uma frequência entre uma a quatro vezes por mês e os restantes 49% referem uma frequência de consumo superior a mais de quatro vezes por mês. Em termos de número de bebidas consumidas num dia normal, a grande maioria dos inquiridos (83%) consome até 2 bebidas por dia. Verificou-se que 63% dos indivíduos nunca pratica um consumo excessivo de álcool, entendido como consumo de seis ou mais bebidas numa única ocasião. Conclui-se que 37% dos indivíduos tem episódios de consumo excessivo de álcool, dos quais 2,6% ocorrem mais de quatro vezes por mês. As bebidas mais consumidas são o Vinho (referido por 77% dos indivíduos), a Cerveja (65%), o Espumante/Champanhe (40%), a Sangria (39%) e o Vinho do Porto (30%). O Vinho é a bebida mais consumida por mulheres e homens, 66% e 86%, respetivamente, sendo que entre as mulheres a Sangria é a segunda bebida mais referenciada (57%), ao passo que entre os homens é a cerveja (75%). O tipo de bebidas consumidas é diferente entre géneros. Assim, as mulheres consomem mais Sangria, Martini, Gin, Vodka, Licores, Shots, Rum, Cocktails e Espumantes/Champanhe. Por seu turno, os homens consomem mais cerveja, aguardentes, whisky e tequila.

**Tabela 5:** Padrões de consumo de bebidas alcoólicas da amostra

<b>Indicadores de Padrão de consumo de bebidas alcoólicas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Frequência de consumo de bebidas alcoólicas (n=376)</b>		
Nunca	32	8,5
Uma vez por mês ou menos	67	17,8
Duas a quatro vezes por mês	110	29,3
Duas a três vezes por semana	79	21,0
Quatro ou mais vezes por semana	88	23,4
<b>Número de bebidas alcoólicas consumidas num dia normal (n=344)</b>		
Uma ou duas	284	82,6
Três ou quatro	53	15,4
Cinco ou seis	7	2,0
<b>Frequência de consumo de seis ou mais bebidas alcoólicas numa única ocasião (n=344)</b>		
Nunca	218	63,4
Uma vez por mês ou menos	93	27,0
Duas a quatro vezes por mês	24	7,0
Duas a três vezes por semana	7	2,0
Quatro ou mais vezes por semana	2	0,6
<b>Tipo de bebidas alcoólicas consumidas (n=344)</b>		
Vinho	264	76,7
Vinho do Porto	102	29,7
Espumante ou champanhe	137	39,8
Cerveja	225	65,4
Sangria	133	38,7
Martini	32	9,3
Aguardentes	30	8,7
Whisky	77	22,4
Gin	85	24,7
Vodka	62	18,0
Rum	14	4,1
Licores	42	12,2
Tequilla	8	2,3
Shots	22	6,4
Cocktails e long drinks	40	11,6
Outras	10	2,9

Para analisar a frequência de consumo em cada um dos cinco contextos apresentados, procedeu-se ao cálculo das médias das frequências das respostas, com base numa escala de 1 (nunca) a 5 (sempre). Constata-se que os contextos em que os inquiridos consomem bebidas alcoólicas com mais frequência são os que envolvem convívio e socialização, nomeadamente em festas, comemorações e eventos (Média = 3,5) e com amigos (Média = 3,2). Por oposição, quando se encontram sozinhos, a frequência de consumo de álcool

baixa (Média = 1,7) o que sugere que o consumo praticamente não ocorre neste contexto (Anexo II – tabela II.2).

#### ***5.4 Fontes de informação sobre o consumo de álcool***

Em termos da frequência média com que os inquiridos receberam estímulos, sobre a forma de mensagens, apelando ao consumo responsável/consumo moderado, a frase “Não deve beber mais do que um determinado número de bebidas” é a que apresenta menor frequência média (Média = 2,6). Todas as demais frases apresentam frequências médias superiores a 3,5, o que sugere que em média, os inquiridos receberam algumas vezes ou frequentemente os estímulos. As frases “Seja Responsável Beba Com Moderação” e “Se Conduzir Não Beba” são as mais frequentemente lidas ou ouvidas pelos inquiridos, dado que apresentam as médias mais elevadas, 4,24 e 4,36, respetivamente, numa escala de 1 (nunca) a 5 (sempre). A elevada notoriedade destas duas frases está associada ao facto de serem frequentemente utilizadas, a nível nacional, em campanhas da indústria de bebidas, no caso da primeira, e em campanhas de prevenção rodoviária levadas a cabo pelas autoridades nacionais, no caso da segunda (Anexo II – tabela II.3).

As principais fontes de informação das mensagens sobre consumo de bebidas alcoólicas são a radio, televisão, imprensa e *outdoors*, referidas por 94% dos inquiridos. Os profissionais de saúde e os familiares constituem a segunda fonte mais referenciada pelos inquiridos (58%). Os amigos, as autoridades, a internet/redes sociais e as empresas são fontes veiculadoras de conteúdos sobre consumo de álcool para 50%, 47%, 45% e 43%, respetivamente (Anexo II – tabela II.4).

#### ***5.5 Perceção de consumo moderado***

Para a definição do conceito de consumo moderado, a quantidade de álcool consumido assume-se como o parâmetro mais importante, com uma média de 4,47, numa escala de 1

(nada importante) a 5 (extremamente importante). O tipo de bebida é o segundo parâmetro mais significativo, com uma média de grau de importância de 4,23. O terceiro parâmetro mais relevante é a combinação/mistura de bebidas, com uma média de 4,05 (Anexo II – tabela II.5).

Para apreender a percepção de consumo moderado, optou-se por reduzi-la à análise de dois indicadores: a opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir em contextos distintos e os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas. Os indivíduos alargam os limites máximos do número de bebidas que devem ser consumidas em contextos que não se enquadram nas rotinas quotidianas, nomeadamente, em momentos de eventos especiais como festas e comemorações, com uma média de um máximo de 2,95 bebidas (Anexo II – tabela II.6). Num dia completo, os inquiridos consideram que o número médio máximo de bebidas que podem ser consumidas é de 2,44. Para uma refeição e num espaço de tempo de duas horas são indicadas 1,55 e 1,09 bebidas respetivamente. Constata-se um alinhamento com as disposições legais no que concerne ao consumo de álcool e condução. De facto, perante a situação de consumo de álcool associada à condução, os limites médios definidos pelos inquiridos em termos de número máximo de bebidas é baixo (0,44). Aliás, para 62,8% dos inquiridos o comportamento a adotar nessas circunstâncias é o de abstinência de consumo.

Os resultados da análise do segundo indicador, que versa sobre a frequência dos comportamentos a adotar no âmbito de consumo moderado, reforçam as conclusões anteriores sobre o número máximo de bebidas que podem ser consumidas por contextos.

Para os inquiridos, é fundamental um papel ativo dos sujeitos no sentido de cada um conhecer os seus próprios limites sobre a quantidade de álcool que podem ingerir e, consequentemente, quando devem parar de consumir de modo a não por em risco a sua

própria saúde e a segurança dos outros. Este comportamento apresenta a média de frequência mais elevada, 4,67, numa escala de 1 (nunca) a 5 (sempre). Na mesma linha, o comportamento que implica que os indivíduos controlem a quantidade que bebem e parar quando atingem um determinado limite tem uma média elevada (4,51) assim como os comportamentos que traduzem uma estratégia de racionalização, ou seja, pensar antes de beber (4,31). A frequência na adoção de comportamentos associados à obediência às normas legais também apresenta uma média elevada, nomeadamente abster de consumir quando conduzir (Média=4,59) e assegurar que a quantidade de álcool no sangue não ultrapasse os limites definidos por lei (Média=4,43). Destaca-se que dos oito comportamentos em análise, a adoção dos limites de consumo diário (2 bebidas/homem e 1 bebida, mulher) é o que apresenta menor média (de 3,3), (Anexo II – tabela II.7).

### ***5.6 Hipóteses testadas***

De seguida apresentam-se os resultados das hipóteses testadas:

**Hipótese 1: Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre homens e mulheres.**

Na análise univariada para cada um dos oito itens, as mulheres apresentam uma média superior à dos homens, com exceção do item relativo à restrição do número de bebidas que podem ser consumidas por homens e por mulheres (Média<sub>homens</sub> = 3,42; Média<sub>mulheres</sub> = 3,23) (Anexo II – tabela II.8). Observou-se que as mulheres apresentam uma média superior no item que associa o consumo moderado de álcool e a condução (Média<sub>homens</sub> = 4,48; Média<sub>mulheres</sub> = 4,72 e que esta diferença é estatisticamente significativa ( $t_{(373,527)} = 2,559$ ;  $p=0,011$ ), pelo que as mulheres são mais restritivas ao consumo de álcool em contexto de condução. Por sua vez, o item que associa o consumo moderado de álcool à necessidade de cada um conhecer os seus próprios limites, ou seja, a quantidade de álcool

que cada um consegue aguentar, também apresenta diferenças estatisticamente significativas entre géneros, com uma média superior nas mulheres, de 4,76, comparativamente com a dos homens, 4,59 ( $t_{(373,995)} = 2,364$ ;  $p=0,019$ ). Para os restantes itens, o teste não mostrou diferenças estatisticamente significativas entre géneros, na medida em que as significâncias associadas ao teste t foram superiores a 0,05. Dado terem-se verificado diferenças significativas em dois dos oito itens analisados, conclui-se que os homens e mulheres são diferentes no que concerne à frequência de comportamentos a adotar resultantes do consumo moderado de bebidas alcoólicas, pelo que se rejeita a hipótese.

**Hipótese 2: A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre homens e mulheres.**

De um modo geral, as mulheres definem limites máximos mais restritos, em termos de quantidade ingerida em contexto de consumo moderado de álcool, do que os homens. As diferenças entre géneros no número máximo de bebidas alcoólicas que podem ser ingeridas, em termos de consumo moderado, são estatisticamente significativas nos itens “um dia completo” ( $U=15256,000$ ;  $p=0,020$ ), “numa refeição”, ( $U=15533,000$ ;  $p=0,030$ ), e “se de seguida for conduzir viatura automóvel” ( $U=14248,500$ ;  $p<0,001$ ), superior nos homens face às mulheres (Anexo II – tabela II.9). Conclui-se que para estes três contextos há evidências estatísticas que permitem afirmar que as mulheres são mais restritivas que os homens relativamente ao número de bebidas alcoólicas que podem ser ingeridas no âmbito de um comportamento de consumo moderado, pelo que a hipótese foi rejeitada.

**Hipótese 3: Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões etários.**

Os resultados indicam que não há diferenças estatisticamente significativas na percepção sobre os comportamentos a adotar resultantes do consumo moderado de bebidas alcoólicas entre escalões etários. As significâncias associadas ao teste foram superiores a 0,05 nos oito itens analisados. As médias e desvios padrão são apresentados na tabela (Anexo II – tabela II.10). As evidências estatísticas permitem decidir pela aceitação da hipótese.

**Hipótese 4: A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões etários.**

Os resultados indicam que não há diferenças estatisticamente significativas, entre escalões etários, na percepção sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir, adotando comportamento de consumo moderado, em cada um dos 5 contextos. As significâncias foram superiores a 0,05, nomeadamente, o número máximo de bebidas alcoólicas consumidas: num dia completo ( $H_{(5)} = 8,427$ ;  $p = 0,134$ ); numa refeição ( $H_{(5)} = 4,997$ ;  $p = 0,416$ ); num evento especial ( $H_{(5)} = 4,136$ ;  $p = 0,530$ ); num espaço de duas horas ( $H_{(5)} = 5,513$ ;  $p = 0,357$ ); se de seguida for conduzir uma viatura automóvel ( $H_{(5)} = 9,037$ ;  $p = 0,108$ ) (Anexo II – tabela II.11). A hipótese é aceite.

**Hipótese 5: Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões de frequência de consumo.**

Através dos teste realizados, constata-se que apenas um dos oito itens em análise apresenta diferença significativa entre escalões de frequência de consumo no que concerne aos comportamentos a adotar resultantes do consumo moderado de bebidas alcoólicas ( $F_{(2;373)} = 3,860$ ;  $P = 0,022$ ) (Anexo II – tabela II.12). Esse item reporta-se ao comportamento que traduz a restrição do número máximo de bebidas alcoólicas que devem ser consumidas

segundo o género (“Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher”), para o qual se verifica que quanto mais frequente é o consumo de bebidas alcoólicas, menor é a média. Ou seja, os indivíduos que nunca bebem apresentam uma média estatisticamente superior (3,84), face aos que bebem de 1 a 4 vezes por mês (3,36), e aos que bebem mais de 4 vezes por mês (3,19), sendo este último o grupo com a média mais baixa. Na medida em que se verificou existirem diferenças significativas num dos oito itens analisados, conclui-se que os grupos segundo a frequência de consumo são diferentes no que concerne à frequência de comportamentos a adotar resultantes do consumo moderado de bebidas alcoólicas, pelo que se rejeita a hipótese.

**Hipótese 6: A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões de frequência de consumo.**

Para todos os cinco contextos analisados, constata-se que a percepção do número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir difere segundo os escalões de frequência de consumo existindo um padrão de que quanto maior é a frequência de consumo de bebidas alcoólicas, maiores são os limites máximos do número de bebidas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado. Os testes revelam que as diferenças das médias das ordenações observadas entre os três grupos em análise são estatisticamente significativas para os 5 itens na medida em que a significância dos testes é inferior a 0,05 (Anexo II – tabela II.13). O número máximo de bebidas alcoólicas consumidas: num dia completo ( $H_{(2)} = 12,262$ ;  $p = 0,002$ ); numa refeição ( $H_{(2)} = 16,226$ ;  $p < 0,001$ ); num evento especial ( $H_{(2)} = 8,645$ ;  $p = 0,013$ ); num espaço de duas horas ( $H_{(2)} = 13,818$ ;  $p = 0,001$ ); se de seguida for conduzir uma viatura automóvel ( $H_{(2)} = 16,276$ ;  $p < 0,001$ ). Conclui-se que os escalões de frequência de consumo são diferentes no que



concerne à percepção do número máximo de bebidas alcoólicas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado, pelo que a hipótese é rejeitada.

**Hipótese 7: Os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas não são significativamente diferentes entre escalões de quantidade de consumo diário.**

Os resultados indicam que não há diferenças estatisticamente significativas na percepção sobre os comportamentos a adotar resultantes do consumo moderado de bebidas alcoólicas entre grupos definidos segundo escalões de quantidade de consumo de bebidas alcoólicas (Anexo II – tabela II.14), pelo que se aceita a hipótese.

**Hipótese 8: A opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber, em contextos distintos, não é significativamente diferente entre escalões de quantidade de consumo diário.**

Para todos os contextos analisados, constata-se que a percepção do número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir difere entre grupos segundo os escalões de quantidade de consumo diário. Os indivíduos que consomem diariamente mais bebidas definem maiores limites máximos do número de bebidas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado de álcool. Os testes revelam que as diferenças das médias das ordenações observadas entre os dois grupos em análise são estatisticamente significativas para 4 dos 5 itens, dado que a significância dos testes é inferior a 0,05, nomeadamente, o número máximo de bebidas alcoólicas consumidas: num dia completo ( $U=633,500$ ;  $p=0,028$ ); numa refeição ( $U=640,000$ ;  $p=0,022$ ); num espaço de duas horas ( $U=682,000$ ;  $p=0,037$ ); se de seguida for conduzir uma viatura automóvel ( $U=673,500$ ;  $p=0,023$ ) (Anexo II – tabela II.15). A diferença observada no número máximo de bebidas não é estatisticamente relevante quando o contexto de consumo se

reporta a um evento especial. Dos 5 cenários de consumo apresentados, este é o que suscita uma maior tolerância quanto ao número de bebidas que podem ser consumidas, pensando em consumo moderado, por parte dos indivíduos que bebem até duas bebidas (Média= 3,00). Conclui-se que os escalões de frequência de consumo são diferentes no que concerne à percepção do número máximo de bebidas alcoólicas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado, pelo que a hipótese é rejeitada.

## **CAPÍTULO 6. CONCLUSÕES FINAIS**

### ***6.1 Introdução***

Este capítulo integra as conclusões gerais do estudo, a identificação das suas principais limitações, um balanço sobre eventuais contributos para a teoria e a gestão e, por último, sugestões para futuras investigações.

### ***6.2 Fontes de informação sobre consumo moderado***

A esmagadora maioria dos inquiridos já foi sensibilizada para o consumo moderado de bebidas alcoólicas, através da rádio, televisão, imprensa ou *outdoors*, o que pode ser explicado pelo facto de estes serem os canais privilegiados para efeitos de comunicação, por empresas e outras entidades. Os familiares e profissionais de saúde são a segunda fonte de informação mais referenciada, seguida pelas autoridades. Salienta-se ainda que os inquiridos parecem acompanhar a comunicação das empresas de bebidas alcoólicas. A percentagem expressiva destas empresas poderá estar associada: (i) ao facto de a comunicação comercial das empresas deste sector incluir, obrigatoriamente, a mensagem “Seja responsável, beba com moderação” e, (ii) ao crescente interesse dos consumidores em aceder a informação sobre marcas e eventos promocionais. Os *sites* afiguram-se como os canais menos expressivos, comparativamente aos demais.

### ***6.3 Frequência de consumo e quantidade consumida***

Os padrões de consumo constituíram uma variável central no estudo, na medida em que se procurou avaliar até que ponto diferentes hábitos de consumo estão associados a entendimentos distintos sobre a definição de consumo moderado. A amostra do estudo foi constituída por uma esmagadora maioria de indivíduos consumidores de álcool. Dado apresentarem valores muito próximos, é possível afirmar que cerca de metade dos inquiridos bebe entre uma a quatro vezes por mês e a restante metade apresenta uma frequência de consumo superior a mais de quatro vezes por mês. Em dias considerados normais, cerca de três quartos dos inquiridos apresenta um consumo limitado até 2 bebidas por dia. Não obstante, cerca de um terço dos inquiridos revelou que mensalmente experimentam episódios de consumo excessivo de álcool. Os contextos de maior consumo de álcool reportam-se a momentos que se desviam da rotina quotidiana dos indivíduos, nomeadamente festas, eventos sociais, e em espaços de convívio como restaurantes, discotecas, bares, entre outros e casa de amigos. Um outro dado que reforça a vertente de sociabilidade associada ao consumo de álcool é o facto de ocorrer privilegiadamente em grupo, sendo menos expressivo o consumo quando os indivíduos estão sozinhos.

### ***6.4 Percepção de consumo moderado***

Para operacionalizar a pesquisa sobre percepção de consumo moderado, optou-se por reduzi-la a duas dimensões fundamentais: a opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir em contextos distintos e os comportamentos associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas.

Nas ocasiões que saem das rotinas quotidianas, e que estão associadas a festividades e celebrações, a tolerância para consumo de álcool aumenta - este é o contexto em que os

inquiridos indicam poder ser ingerido um maior número de bebidas, refletindo a importância atribuída à presença do álcool nos eventos sociais.

Conclui-se ainda que os limites máximos de consumo de álcool indicados pelos inquiridos são menos restritivos do que os recomendados pelas autoridades de saúde. Esta constatação pode de alguma forma traduzir: (i) a falta de consenso na definição de quantidades para o consumo moderado, (ii) a subjetividade inerente ao conceito e, (iii) um desconhecimento por parte da população das recomendações das autoridades de saúde.

Conclui-se, no que concerne ao álcool e à condução, pela existência de uma percepção alinhada com os normativos legais. Para a maioria dos inquiridos, em circunstâncias de condução o comportamento a adotar é o de abstinência de consumo de álcool. A frequência na adoção de comportamentos associados à obediência às normas legais, também apresenta uma média elevada, nomeadamente na abstinência de consumo aquando da condução, de forma a assegurar que a quantidade de álcool no sangue não ultrapasse os limites legalmente definidos, o que reforça as conclusões anteriores.

Da análise dos dados conclui-se que a adoção de comportamentos de consumo moderado está intrinsecamente associada ao modo como os sujeitos autoavaliam os seus próprios limites de tolerância ao álcool. Neste sentido, foram associados ao consumo moderado os seguintes comportamentos: (i) conhecer os seus próprios limites sobre a quantidade de álcool que podem ingerir e, consequentemente, quando devem parar de consumir de modo a não por em risco a sua própria saúde e a segurança dos outros, (ii) controlar a quantidade ingerida e parar quando atingem um determinado limite e, (iii) pensar antes de beber, o que traduz uma estratégia de racionalização.

Por último, apresentam-se as principais conclusões relativas às hipóteses de pesquisa e que se reportavam à avaliação do impacto das variáveis género, idade, frequência de consumo

e quantidade de consumo diário na forma como os sujeitos percebem o consumo moderado.

Verificou-se o seguinte: (i) as mulheres são mais restritivas ao consumo de álcool em contexto de condução ao passo que os homens revelaram uma maior tolerância no consumo de álcool associado à condução, (ii) é entre as mulheres que é mais evidente a definição de consumo moderado associado à adoção de comportamentos que implicam um autoconhecimento sobre os próprios limites, ou seja, a quantidade de álcool que cada um consegue tolerar, (iii) as mulheres são mais restritivas no número máximo de bebidas alcoólicas que podem ser ingeridas, em termos de consumo moderado, num dia completo, numa refeição e se de seguida for conduzir viatura automóvel.

Conclui-se que, de um modo geral, as mulheres apresentam-se menos tolerantes ao consumo de álcool e têm um conceito de consumo moderado mais restritivo face aos homens, pelo que o género influencia a percepção de consumo moderado. Estes resultados confirmam as conclusões do estudo de Barry & Goodson (2011), exceto no item relativo à restrição do número de bebidas que podem ser consumidas por homens e por mulheres. Confirmam-se também os estudos de (de Visser & McDonnell, 2012) e de (Wilsnack et al., 2009).

Por sua vez, a variável idade parece não ter impacto na percepção de consumo moderado, dado que não se encontraram diferenças estatisticamente significativas nos indicadores analisados.

Os dados permitem concluir que indivíduos com diferentes padrões de frequência de consumo de álcool apresentam diferenças na percepção de consumo moderado. Para os indivíduos que nunca bebem, o consumo moderado implica adotar o comportamento que restringe o número máximo de bebidas por género, isto é “Não deve consumir mais de 2

bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher”. Todavia, a frequência de adoção deste comportamento para os indivíduos que bebem entre 1 a 4 bebidas por mês assume menor relevância. Estes resultados confirmam as conclusões de Abel et al. (1998).

Para todos os cinco contextos analisados, constata-se que a percepção do número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode ingerir difere segundo os escalões de frequência de consumo, existindo um padrão de que quanto maior é a frequência de consumo de bebidas alcoólicas, maior são os limites máximos do número de bebidas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado. Constatou-se ainda que quanto maior é a frequência de consumo, mais tolerantes e menos restritivos na definição de limites máximos de bebidas que podem ser consumidas em diferentes contextos, são os indivíduos, em linha com o concluído no estudo de Mukamal et al. (2008).

Na avaliação do impacto da quantidade de consumo diário nas percepções de consumo moderado, não se verificaram diferenças significativas entre os diferentes grupos no que se reporta aos comportamentos associados ao consumo moderado. No entanto, na análise do outro indicador encontraram-se diferenças significativas que permitem concluir que a quantidade de álcool consumida tem impacto na forma como os sujeitos definem consumo moderado. Os indivíduos que consomem diariamente mais bebidas definem maiores limites máximos do número de bebidas que podem ser consumidas no âmbito de um consumo moderado de álcool para 4 dos 5 contextos em análise, nomeadamente num dia completo, numa refeição, num espaço de duas horas e se de seguida for conduzir uma viatura automóvel. O único contexto em que não há diferenças entre os indivíduos de acordo com os seus padrões de quantidade de álcool consumida, refere-se a ocasiões que extravasam o quotidiano, ou seja, em momentos de eventos sociais, celebrações, festas,

etc., onde se constata uma maior tolerância quanto aos limites máximos de bebidas consumidas. Estes resultados confirmam as conclusões dos estudos de Robertson et al. (2011) e de Green et al. (2007).

Concluindo, os resultados do estudo permitem afirmar que há diferenças na percepção de consumo moderado segundo as variáveis género e padrões de consumo, definido em termos de frequência e quantidade consumida. De modo a incentivar a prática de consumo moderado de bebidas alcoólicas, será fundamental o reforço de campanhas informativas junto dos consumidores e da população geral.

### ***6.5 Limitações do estudo***

Não obstante a amostra do estudo ser constituída por 376 indivíduos, é prudente apontar-lhe algumas limitações: (i) o facto de ter sido utilizada uma técnica de amostragem não probabilística por conveniência compromete a generalização dos resultados, (ii) foi utilizada, como técnica de recolha de dados, um questionário *on-line*, o que admite a probabilidade de existirem enviesamentos, na medida em que a população pode não estar bem representada, (iii) a amostra é constituída maioritariamente por indivíduos titulares de habilitação académica de nível superior, o que sugere a predominância de um perfil na sua composição, (iv) o impacto dos fatores sociais e pessoais foi limitado às variáveis género, idade, frequência de consumo e quantidade consumida, não tendo sido possível, por limitações de recursos temporais e de dimensão do trabalho final, incluir outras variáveis, tais como a situação profissional, a composição do agregado familiar, o rendimento e o tipo de bebida, (v) a análise das percepções ficou restrita a dois indicadores, a frequência de comportamentos a adotar no âmbito de consumo moderado e o número máximo de bebidas alcoólicas que se deve consumir em diferentes contextos. De modo a obter uma caracterização mais aprofundada seria importante alargar a análise a outros indicadores.

### ***6.6 Contribuição teórica***

Este é um estudo exploratório que visa conhecer como os sujeitos interpretam o conceito de consumo moderado e, poderá constituir um contributo para colmatar a falta de dados sobre a temática, na medida em que: (i) identifica padrões de consumo em termos de quantidade e frequência de consumo; (ii) regista a frequência com que mensagens sobre o “Consumo Moderado” são recebidas, bem como as suas fontes; (iii) quantifica o número de bebidas alcoólicas que, numa perspetiva de consumo moderado, uma pessoa saudável pode beber, em diferentes contextos; (iv) avalia a importância da quantidade, do tipo de bebida, da ocasião de consumo, da forma de consumo e da mistura de bebidas, para a definição de consumo moderado; (v) identifica os comportamentos associados a consumo moderado. Permite pois obter uma imagem das percepções dos indivíduos sobre o consumo moderado.

### ***6.7 Contribuição para a gestão***

A análise dos dados do presente estudo poderá permitir, às empresas do sector das bebidas alcoólicas, ajustarem as suas estratégias de comunicação, no sentido de reforçarem o impacto das suas mensagens sobre o consumo moderado, influenciando a mudança comportamental de consumidores e potenciais consumidores, contribuindo assim, numa perspetiva de longo prazo, para a sustentabilidade dos seus negócios e o bem-estar da sociedade em geral. Verificando-se, no que respeita ao álcool e condução, a existência de uma percepção dos consumidores alinhada com os normativos legais, as estratégias de comunicação das empresas deverão agora incidir nos seguintes aspetos: (i) comportamentos de consumo excessivo de álcool numa só ocasião, (ii) contextos que envolvam convívio e socialização (festividades, celebrações, eventos) em que, por saírem das rotinas quotidianas, a tolerância para o consumo de álcool aumenta, e (iii) limites máximos diários de consumo de bebidas alcoólicas.



Sugere-se que as empresas complementem a mensagem, “Seja Responsável, Beba com Moderação”, com recomendações sobre o número de bebidas que uma pessoa adulta e saudável não deve exceder, num dia ou numa só ocasião. Esta informação poderá ser inserida nos contrarrótulos, nos *sites* das marcas e na publicidade impressa, contribuindo assim para aumentar as fontes de informação sobre o consumo moderado de bebidas alcoólicas e a promoção do consumo moderado.

### ***6.8 Indicações para pesquisas futuras***

Tendo presente as limitações acima identificadas, sugere-se que, em pesquisas futuras, se avalie o impacto da situação profissional, composição do agregado familiar e rendimento na percepção de consumo moderado em pesquisas futuras. É importante que a análise seja complementada com dados recolhidos através de técnicas de natureza qualitativa, como entrevistas e *focus group*, de modo a obter informação de maior profundidade. Recomenda-se ainda o desenvolvimento de uma pesquisa com recurso a uma amostra representativa da população portuguesa, designadamente dos níveis de escolaridade e situação profissional. Por último, propõe-se que se avalie o eventual impacto de estímulos, sobre a forma de mensagens promovendo o consumo moderado, nos padrões de consumo de bebidas alcoólicas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abel, E. L., Kruger, M. L., & Friedl, J. (1998). How do physicians define "light," "moderate," and "heavy" drinking? *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 22(5), 979-984.
- Balsa, C., Vital, C., & Urbano, C. (2013). III Inquerito ao consumo de substancias psicoativas na população portuguesa 2012 (Relatório Preliminar).
- Barry, A. E., & Goodson, P. (2011). How college students conceptualize and practice responsible drinking. *Journal of American College Health*, 59(4), 304-312. doi: 10.1080/07448481.2010.502196
- Berelson, B., & Steiner, G. A. (1964). *Human behavior; an inventory of scientific findings*. New York: Harcourt.
- Bloomfield, K., Stockwell, T., Gmel, G., & Rehn, N. (2003). International comparisons of alcohol consumption. *Alcohol Research and Health*, 27(1), 95-109.
- Bradley, K. A., Donovan, D. M., & Larson, E. B. (1993). How much is too much? Advising patients about safe levels of alcohol consumption. *Archives of Internal Medicine*, 153(24), 2734-2740.
- Carlini, E. A., Nappo, S. A., Galduróz, J. C. F., & Noto, A. R. (2001). Drogas psicotrópicas: o que são e como agem. *Revista Imesc*, 3, 9-35.
- de Visser, R. O., & McDonnell, E. J. (2012). 'That's OK. He's a guy': A mixed-methods study of gender double-standards for alcohol use. *Psychology & Health*, 27(5), 618-639.
- Diaz, L. E., Montero, A., Gonzalez-Gross, M., Vallejo, A. I., Romeo, J., & Marcos, A. (2002). Influence of alcohol consumption on immunological status: a review. *European Journal of Clinical Nutrition*, 56 Suppl 3, S50-53. doi: 10.1038/sj.ejcn.1601486
- Direção Geral de Saúde 2012: Norma nº 30 de 2012. Lisboa

- Dubois, B., & Roxo, F. V. (1993). *Compreender o consumidor*: Ed. D. Quixote.
- Dufour, M. C. (1999). What is moderate drinking. *Alcohol Research and Health*, 23(1), 5-14.
- Dufour, M. C. (2001). If you drink alcoholic beverages do so in moderation: what does this mean? *The Journal of Nutrition*, 131(2S-1), 552S-561S.
- Furtwaengler, N. A., & de Visser, R. O. (2013). Lack of international consensus in low-risk drinking guidelines. *Drug and Alcohol Review*, 32(1), 11-18. doi: 10.1111/j.1465-3362.2012.00475.x
- Gordon, A. J., Maisto, S. A., McNeil, M., Kraemer, K. L., Conigliaro, R. L., Kelley, M. E., & Conigliaro, J. (2001). Three questions can detect hazardous drinkers. *Journal of Family Practice*, 50(4), 313-320.
- Green, C. A., Polen, M. R., Janoff, S. L., Castleton, D. K., & Perrin, N. A. (2007). "Not getting tanked": definitions of moderate drinking and their health implications. *Drug and Alcohol Dependence*, 86(2-3), 265-273. doi: 10.1016/j.drugalcdep.2006.07.002
- Instituto da Droga e da Toxicodependência 2011. Plano Nacional para a Redução dos Problemas Ligados ao Álcool 2010-2012. Lisboa
- International Wine & Spirit Research 2013. The IWSR's annual report on consumption of alcoholic drinks.
- Kalant, H., & Poikolainen, K. (1999). Moderate drinking: concepts, definitions and public health significance. *Health Issues Related to Alcohol Consumption*, 2, 1-25.
- Karlsson, P. (2012). Personal experiences of drinking and alcohol-related risk perceptions: The importance of the subjective dimension. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 29(4), 413-428. doi: 10.2478/v10199-012-0036-5
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.

- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com o SPSS Statistics*: ReportNumber, Lda.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*: the MIT Press.
- Mello, M. L. M. d. (2001). Álcool e Problemas ligados ao Álcool em Portugal [Policopiado]/Maria Lucilia Mercês de Mello. *Lisboa: Direcção-Geral da Saúde*.
- Mukamal, K. J., Phillips, R. S., & Mittleman, M. A. (2008). Beliefs, motivations, and opinions about moderate drinking: a cross-sectional survey. *FAMILY MEDICINE-KANSAS CITY*-, 40(3), 188.
- Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico 2014. OECD FactBook: Economic, Environmental and social statistics. OECD Publishing
- Organização Mundial de Saúde 2014. Global Status Report on Alcohol and Health. OMS
- Piazza-Gardner, A. (2013). A Drink Best Not Served: Conflicts of Interests When the Alcohol Industry Seeks To Inform Public Health Practice and Policy. *Journal of Clinical Research & Bioethics*, 04(01). doi: 10.4172/2155-9627.s4-001
- Robertson, K., & Forbes, S. (2011). Maximum consumption: Heavy quantity drinking amongst university students. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 19(3), 196-202. doi: 10.1016/j.ausmj.2011.05.006
- Solomon, M. R. (2006). *Consumer behaviour: a European perspective*: Pearson education.
- Wilsnack, R. W., Wilsnack, S. C., Kristjanson, A. F., Vogeltanz-Holm, N. D., & Gmel, G. (2009). Gender and alcohol consumption: patterns from the multinational GENACIS project. *Addiction*, 104(9), 1487-1500.
- Wolburg, J. M. (2005). How responsible are “responsible” drinking campaigns for preventing alcohol abuse? *Journal of Consumer Marketing*, 22(4), 176-177. doi: 10.1108/07363760510605281

## ANEXOS

### **Anexo I - Inquérito**

**INTRODUÇÃO:** O presente questionário, para o qual desde já solicito a sua colaboração, insere-se no âmbito de uma tese de Mestrado em Marketing do ISEG e tem por objetivo explorar o conceito de "Consumo Moderado" de bebidas alcoólicas. Não há respostas certas ou erradas. O que importa é a sua opinião. A confidencialidade dos dados é garantida, sendo as respostas anónimas e apenas utilizadas para fins estatísticos. O tempo estimado de preenchimento é de 8 minutos. Obrigado pela sua colaboração. Luis Borlido

#### **P1 - Indique, por favor, se tem 18 ou mais anos**

- ☐ Sim, tenho 18 ou mais anos  
☐ Não, tenho menos de 18 anos      → Se responder **Não** termina questionário

**Considera-se Bebida Alcoólica qualquer bebida que contenha álcool (vinho, cerveja, sangria, licor, vodka, gin, rum, shot, cocktail, cachaça, aguardente, etc.)**

#### **P2 - Com que frequência consome bebidas que contêm álcool?**

- ☐ Nunca  
☐ Uma vez por mês ou menos  
☐ Duas a quatro vezes por mês      → Se responder **Nunca** passa para P7  
☐ Duas a três vezes por semana  
☐ Quatro ou mais vezes por semana

#### **P3 - Quando bebe, quantas bebidas contendo álcool consome num dia normal?**

- ☐ Uma ou duas      ☐ Três ou quatro      ☐ Cinco ou seis      ☐ De sete a nove      ☐ Dez ou mais

#### **P4 - Com que frequência consome seis bebidas ou mais numa única ocasião?**

- ☐ Nunca  
☐ Uma vez por mês ou menos  
☐ Duas a quatro vezes por mês  
☐ Duas a três vezes por semana  
☐ Quatro ou mais vezes por semana

#### **P5 - Quais são as bebidas alcoólicas que costuma consumir? (Pode assinalar mais do que um tipo de bebida)**

- |   |                                      |  |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Vinho                  | <input type="checkbox"/> Aguardentes | <input type="checkbox"/> Tequilla                |
| <input type="checkbox"/> Vinho do Porto         | <input type="checkbox"/> Whisky      | <input type="checkbox"/> Shots                   |
| <input type="checkbox"/> Espumante ou champanhe | <input type="checkbox"/> Gin         | <input type="checkbox"/> Cocktails e long drinks |
| <input type="checkbox"/> Cerveja                | <input type="checkbox"/> Vodka       | <input type="checkbox"/> Outras                  |
| <input type="checkbox"/> Sangria                | <input type="checkbox"/> Rum         |  |
| <input type="checkbox"/> Martini                | <input type="checkbox"/> Licores     |  |

**Considera-se Bebida Alcoólica qualquer bebida que contenha álcool (vinho, cerveja, sangria, licor, vodka, gin, rum, shot, cocktail, cachaça, aguardente, etc.)**

**P6 - Indique a frequência com que consome bebidas alcoólicas nos seguintes contextos:**

	Nunca	Rara- mente	Algumas vezes	Frequen- temente	Sempre
Em casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em casa de amigo(a)s	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em festas, comemorações, eventos sociais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em bares, discotecas, cafés, esplanadas, restaurantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sozinho(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com amigo(a)s	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Às principais refeições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fora das principais refeições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quando sai à noite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em férias, fim de semana, dias feriados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**P7 - Indique a frequência com que ouviu ou leu as seguintes frases, relativas ao consumo de bebidas alcoólicas:**

	Nunca	Rara- mente	Algumas vezes	Frequen- temente	Sempre
"Seja responsável, beba com moderação"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Se conduzir não beba"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Se estiver grávida não beba"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Não deve beber mais do que um determinado número de bebidas"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Os menores não devem beber álcool"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Se estiver a tomar medicamentos deve perguntar ao seu médico se pode beber"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"O excesso de álcool é prejudicial à saúde"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"O vinho tinto é benéfico para a saúde quando consumido moderadamente"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**P8 - Por favor indique de quem ouviu ou onde leu frases sobre o consumo de bebidas alcoólicas (pode indicar mais do que uma opção).**

- ☐ Rádio / TV / Imprensa / Outdoors
- ☐ Internet / Redes sociais
- ☐ Amigo(a)s
- ☐ Familiares
- ☐ Autoridades (GNR, PSP...)
- ☐ Profissionais de saúde (médicos, enfermeiros...)
- ☐ Colegas de trabalho ou de estudo
- ☐ Empresas de bebidas alcoólicas
- ☐ Site "Beba com Cabeça"
- ☐ Site "Wine in Moderation"

**P9 - Pensando em "Consumo Moderado", indique por favor o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber.** Exemplos de 1 bebida alcoólica => 1 cerveja, 1 copo de vinho, 1 cálice de licor, 1 vodka laranja/limão, 1 gin tónico....

	Nenhu- ma	1	2	3	4	5	6	7 ou +
Num <b><u>dia completo</u></b> (incluindo almoço, jantar, tarde, noite, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Numa <b><u>refeição</u></b> (almoço ou jantar) incluindo aperitivos e digestivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Num <b><u>evento especial</u></b> (reunião de amigos, festa à noite, passagem de ano, aniversário, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Num espaço de tempo de <b><u>duas horas</u></b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se de seguida <b><u>for conduzir</u></b> uma viatura automóvel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**P10 - Para si, qual o nível de importância que cada um dos seguintes elementos tem para a definição de consumo moderado?**

	Nada Importante	Pouco Importante	Indife- rente	Muito Importante	Extrema- mente Importante
<b><u>Quantidade consumida</u></b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b><u>Tipo de bebida</u></b> (vinho, cerveja, whisky, vodka, shot, licor...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b><u>Ocasião de consumo</u></b> (refeição, evento especial...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b><u>Forma de consumo</u></b> (simples, com gelo, com coca-cola, com água tônica...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b><u>Combinação/mistura</u></b> de bebidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**P11 - Indique por favor o seu grau de concordância com a seguinte afirmação: "Seja Responsável, Beba com Moderação" significa adotar os seguintes comportamentos:**

	Nunca Não é importante adotar	Raramente Recomendável mas não necessário	Algumas vezes Sempre que possível	Frequen- temente Deverá tentar adotar	Sempre Deve sempre fazê-lo
Se <b>beber</b> bebidas alcoólicas <b>não deve conduzir</b> (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deve conhecer os seus <b>limites</b> (quanto álcool pode ingerir) e quando deve <b>parar</b> (antes de ficar doente ou incoerente)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue <b>não excede</b> os limites estipulados na lei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber ( <b>pensar antes de beber</b> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Não deve consumir mais de 2</b> bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deve <b>controlar a quantidade</b> que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deve <b>beber lentamente</b> , deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber <b>1 copo de água</b> após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o <b>estômago vazio</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**P12 - Género**

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

**P13 - Atualmente vive**

- ☐ Sozinho(a)
- ☐ Acompanhado(a)

**P14 - Idade**

- ☐ 18 a 25
- ☐ 26 a 35
- ☐ 36 a 45
- ☐ 46 a 55
- ☐ 56 a 65
- ☐ mais de 65

**P15 - Habilitações literárias**

- ☐ Até ao ensino secundário
- ☐ Bacharelato / Licenciatura
- ☐ Pós-graduação / Mestrado
- ☐ Doutoramento

**P16 - Situação profissional**

- ☐ Estudante
- ☐ Empresário(a)
- ☐ Trabalhador(a) por conta de outrem
- ☐ Reformado(a)
- ☐ Doméstico(a)
- ☐ Desempregado(a)

**Agradecimento:** Obrigado pela sua colaboração.

## Anexo II – Tabelas

**Tabela II.1:** Testes estatísticos e respectivos pressupostos por hipótese de investigação

Teste	Pressupostos	Hipóteses
t-Student de Independência	<ul style="list-style-type: none"> <li>O teste <i>t-Student</i> de independência foi aplicado para verificar a existência de igualdade de médias.</li> <li>Homogeneidade das variâncias: recorrendo ao teste de <i>Levene</i> para avaliar a presença de homogeneidade de variâncias, e concluindo-se que o pressuposto não se verifica, utilizam-se os valores do teste <i>t</i> de <i>Equal variances not assumed</i>.</li> <li>Normalidade da distribuição: Como as amostras presentes na análise são de grande dimensão (&gt; 30), pela aplicação do Teorema do Limite Central assume-se que o pressuposto da normalidade de amostras se verifica (Marôco, 2011).</li> <li>Independência de amostras: amostras constituídas a partir das categorias que integram a variável independente.</li> </ul>	H1 H7
ANOVA a 1 factor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Os mesmos do teste t-Student</li> </ul>	H3 H5
Mann-Whitney U	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quando a distribuição das variáveis associadas à análise violam “grosseiramente” o pressuposto da Normalidade da Distribuição, optou-se por este teste não paramétrico</li> </ul>	H2 H8
Kruskal – Wallis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Os mesmos do teste Mann-Whitney U</li> </ul>	H4 H6

**Tabela II.2:** Frequência de consumo de bebidas alcoólicas por contextos

Frequência de consumo de bebidas alcoólicas por contextos	Média
Em casa	2,9
Em casa de amigo(a)s	3,1
Em festas, comemorações, eventos sociais	3,5
Em bares, discotecas, cafés, esplanadas, restaurantes	3,1
Sozinho(a)	1,7
Com familiares	2,9
Com amigo(a)s	3,2
Às principais refeições	2,7
Fora das principais refeições	2,1
Quando sai à noite	3,0
Em férias, fim de semana, dias feriados	3,1

Nota: n=344; Escala: (1) Nunca; (2) raramente; (3) Algumas vezes; (4) Frequentemente; (5) Sempre

**Tabela II.3 -** Frequência de exposição a frases sobre consumo de álcool

Frequência com que ouve ou lê frases relativas ao consumo de álcool	Média
"Seja responsável, beba com moderação"	4,2
"Se conduzir não beba"	4,4
"Se estiver grávida não beba"	3,6
"Não deve beber mais do que um determinado número de bebidas"	2,6
"Os menores não devem beber álcool"	3,7
"Se estiver a tomar medicamentos deve perguntar ao seu médico se pode beber"	3,6
"O excesso de álcool é prejudicial à saúde"	3,9
"O vinho tinto é benéfico para a saúde quando consumido moderadamente"	3,7

Nota: n=376; Escala: (1) Nunca; (2) raramente; (3) Algumas vezes; (4) Frequentemente; (5) Sempre

**Tabela II.4:** Fontes de informação sobre consumo de álcool

Fontes de informação sobre consumo de álcool	N	%
Rádio / TV / Imprensa / Outdoors	353	93,9
Internet / Redes sociais	168	44,7
Amigo(a)s	188	50,0
Famíliares	217	57,7
Autoridades (GNR, PSP...)	176	46,8
Profissionais de saúde (médicos, enfermeiros)	218	58,0
Colegas de trabalho ou de estudo	96	25,5
Empresas de bebidas alcoólicas	161	42,8
Site "Beba com Cabeça"	19	5,1
Site "Wine in Moderation"	36	9,6
Outros	33	8,8

Nota: n=376;

**Tabela II.5:** Importância de cinco parâmetros para a definição do conceito de consumo moderado

Importância para a definição do conceito de consumo moderado	Média
Quantidade consumida	4,47
Tipo de bebida (vinho, cerveja, whisky, vodka, shot, licor...)	4,23
Ocasão de consumo (refeição, evento especial...)	3,35
Forma de consumo (simples, com gelo, com coca-cola, com água tônica...)	2,93
Combinação/mistura de bebidas	4,05

Nota: n=376; Escala: (1) Nada importante; (2) Pouco importante; (3) Indiferente; (4) Muito importante; (5) Extremamente importante

**Tabela II.6:** Número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode consumir

	Média	Desvio Padrão
Num dia completo	2,44	1,23
Numa refeição incluindo aperitivos e digestivos	1,55	0,87
Num evento especial	2,95	1,36
Num espaço de tempo de duas horas	1,09	0,92
Se de seguida for conduzir uma viatura automóvel	0,44	0,67

**Tabela II.7:** Frequência de comportamentos a adotar no âmbito de um consumo moderado de álcool

	Média	Desvio Padrão
Se beber bebidas alcoólicas não deve conduzir (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia)	4,59	0,91
Deve conhecer os seus limites (quanto álcool pode ingerir e quando deve parar (antes de ficar doente ou incoerente)	4,67	0,69
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue não excede os limites estipulados na lei	4,43	0,94
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber (pensar antes de beber)	4,31	0,91
Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	3,33	1,25

**Tabela II.7:** Frequência de comportamentos a adotar no âmbito de um consumo moderado de álcool (continuação)

	Média	Desvio Padrão
Deve controlar a quantidade que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	4,51	0,79
Deve beber lentamente, deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	3,78	1,23
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber 1 copo de água após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o estômago vazio	3,79	1,28

Notas: n= 376; Escala: 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

**Tabela II.8:** Testes estatísticos para hipótese 1 - Comportamentos a adotar associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas segundo o género

	Homens		Mulheres		t	P
	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão		
Se beber bebidas alcoólicas não deve conduzir (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia)	4,48	0,967	4,72	0,820	<b>2,559</b>	<b>0,011 *</b>
Deve conhecer os seus limites (quanto álcool pode ingerir e quando deve parar (antes de ficar doente ou incoerente)	4,59	0,724	4,76	0,635	<b>2,364</b>	<b>0,019 *</b>
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue não excede os limites estipulados na lei	4,38	0,959	4,49	0,907	1,176	0,240
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber (pensar antes de beber)	4,31	0,870	4,32	0,957	0,087	0,931
Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	3,42	1,217	3,23	1,276	-1,459	0,145
Deve controlar a quantidade que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	4,48	0,763	4,55	0,826	0,929	0,354
Deve beber lentamente, deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	3,78	1,226	3,79	1,236	0,116	0,908
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber 1 copo de água após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o estômago vazio	3,69	1,282	3,91	1,262	1,704	0,089

Notas: n= 376; Escala: 1 (Nunca) a 5 (Sempre); (\*) Na medida em que para estes itens não se verificou a igualdade de variâncias, o resultado do teste t-student de independência apresentado reporta-se à correção assumida pelo SPSS em *equal variances not assumed*

**Tabela II.9:** Testes estatísticos para hipótese 2 - Opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber em contextos distintos segundo o género

	Homens			Mulheres			U	p
	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank		
Num dia completo	2,57	1,18	200,22	2,29	1,27	175,18	<b>15.256,000</b>	<b>0,020</b>
Numa refeição incluindo aperitivos e digestivos	1,61	0,78	198,84	1,49	0,96	176,76	<b>15.533,000</b>	<b>0,030</b>
Num evento especial	2,93	1,30	187,02	2,99	1,43	190,18	17.304,000	0,771
Num espaço de tempo de duas horas	1,09	0,85	191,07	1,09	0,10	185,58	17.086,500	0,595
Se de seguida for conduzir uma viatura automóvel	0,54	0,64	205,26	0,34	0,72	169,46	<b>14.248,500</b>	<b>0,000</b>

Nota: n = 376

**Tabela II.10:** Testes estatísticos para hipótese 3 - Comportamentos a adotar associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas segundo os escalões etários

	18-25 anos	26-35 anos	36-45 anos	46-55 anos	56-65 anos	+ 65 anos	F	P
	Média	Média	Média	Média	Média	Média		
Se beber bebidas alcoólicas não deve conduzir (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia)	4,65	4,67	4,69	4,59	4,41	4,52	0,979	0,431 *
Deve conhecer os seus limites (quanto álcool pode ingerir e quando deve parar (antes de ficar doente ou incoerente)	4,69	4,69	4,70	4,63	4,59	4,71	0,281	0,923
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue não excede os limites estipulados na lei	4,42	4,39	4,41	4,22	4,49	4,68	0,953	0,447
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber (pensar antes de beber)	4,10	4,30	4,33	4,27	4,38	4,71	2,108	0,064
Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	3,08	3,29	3,14	3,44	3,57	3,65	1,954	0,085
Deve controlar a quantidade que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	4,46	4,54	4,46	4,37	4,56	4,74	0,982	0,429
Deve beber lentamente, deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	3,76	3,77	3,59	3,61	3,85	4,35	1,941	0,087
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber 1 copo de água após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o estômago vazio	3,68	3,76	3,79	3,68	3,99	3,77	0,555	0,735

Notas: n = 376; escala: 1 (Nunca) a 5 (Sempre); (\*) Na medida em que para este item não se verificou a igualdade de variâncias, o resultado do teste ANOVA a um fator apresentado reporta-se à correção Brown-Forsythe

**Tabela II.11:** Testes estatísticos para hipótese 4 - Opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber em contextos distintos segundo os escalões etários

	18-25 anos			26-35 anos			36-45 anos			46-55 anos			56-65 anos			+65 anos			H	p
	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank		
Num dia completo	2,28	1,19	176,3	2,19	1,25	166,2	2,63	1,40	202,3	2,49	0,87	203,6	2,61	1,14	202,6	2,52	1,39	189,8	8,427	0,134
Numa refeição incluindo aperitivos e digestivos	1,41	0,79	173,06	1,49	0,94	177,0	1,70	1,12	199,2	1,56	0,67	194,7	1,58	0,65	199,2	1,65	0,95	195,6	4,997	0,416
Num evento especial	3,18	1,42	208,40	2,92	1,52	181,0	2,97	1,35	190,3	3,02	1,35	193,6	2,82	1,11	179,4	2,74	1,44	175,7	4,136	0,530
Num espaço de tempo de duas horas	1,07	0,69	193,5	1,14	0,96	196,0	1,26	1,20	199,2	1,07	0,72	190,8	0,99	0,84	177,9	0,87	0,96	156,7	5,513	0,357
Se de seguida for conduzir uma viatura automóvel	0,27	0,48	164,60	0,50	0,64	199,7	0,57	1,03	195,9	0,39	0,54	185,3	0,51	0,64	200,4	0,29	0,46	170,2	9,037	0,108

**Tabela II.12:** Testes estatísticos para hipótese 5 - Comportamentos a adotar associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas segundo os escalões de frequência de consumo

	Não consome		Consumo de 1 a 4 vezes por mês		Consumo mais de 4 vezes por mês		F	P
	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão		
Se beber bebidas alcoólicas não deve conduzir (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia)	4,53	1,191	4,70	0,735	4,49	0,999	1,924	0,153 *
Deve conhecer os seus limites (quanto álcool pode ingerir e quando deve parar (antes de ficar doente ou incoerente)	4,59	0,875	4,66	0,715	4,69	0,618	0,340	0,712
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue não excede os limites estipulados na lei	4,66	0,827	4,42	0,921	4,39	0,968	1,099	0,334
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber (pensar antes de beber)	4,56	0,878	4,32	0,924	4,26	0,900	1,453	0,235
Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	3,84	1,221	3,36	1,250	3,19	1,227	<b>3,860</b>	<b>0,022</b>
Deve controlar a quantidade que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	4,63	0,871	4,47	0,846	4,53	0,718	0,642	0,527
Deve beber lentamente, deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	3,94	1,190	3,68	1,289	3,86	1,166	1,249	0,288
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber 1 copo de água após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o estômago vazio	4,03	1,150	3,73	1,337	3,80	1,233	0,747	0,475

Nota: n = 376; escala: 1 (Nunca) a 5 (Sempre); (\*) Na medida em que para este item não se verificou a igualdade de variâncias, o resultado do teste ANOVA a um fator apresentado reporta-se à correção Brown-Forsythe

**Tabela II.13:** Testes estatísticos para hipótese 6 - Opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber em contextos distintos segundo os escalões de frequência de consumo

	Não consome			Consumo de 1 a 4 vezes por mês			Consumo mais de 4 vezes por mês			H	p
	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank		
Num dia completo	2,03	1,36	151,80	2,31	1,288	176,66	2,65	1,09	208,08	<b>12,262</b>	<b>0,002</b>
Numa refeição incluindo aperitivos e digestivos	1,31	1,23	144,98	1,47	,892	176,80	1,68	0,75	209,24	<b>16,226</b>	<b>0,000</b>
Num evento especial	2,34	1,38	141,47	2,92	1,350	185,77	3,11	1,34	200,40	<b>8,645</b>	<b>0,013</b>
Num espaço de tempo de duas horas	0,75	1,27	130,52	1,06	,906	186,44	1,18	0,84	201,79	<b>13,818</b>	<b>0,001</b>
Se de seguida for conduzir uma viatura automóvel	0,38	1,26	154,36	0,35	,575	175,31	0,55	0,63	209,02	<b>16,276</b>	<b>0,000</b>

Nota: n = 376

**Tabela II.14:** Testes estatísticos para hipótese 7 - Comportamentos a adotar associados ao consumo moderado de bebidas alcoólicas segundo os escalões de quantidade de consumo diário

	Até 2 Bebidas		Mais de 2 Bebidas		t	P
	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão		
Se beber bebidas alcoólicas não deve conduzir (deve designar condutor, utilizar táxi, pedir boleia)	4,59	0,886	4,86	0,378	0,631	0,428
Deve conhecer os seus limites (quanto álcool pode ingerir e quando deve parar (antes de ficar doente ou incoerente)	4,68	0,667	4,43	0,787	0,965	0,327
Deve assegurar que a quantidade de álcool no sangue não excede os limites estipulados na lei	4,41	0,944	4,14	0,900	0,560	0,455
Deve pensar no quando, quanto e onde vai beber (pensar antes de beber)	4,30	0,914	3,86	0,690	1,620	0,204
Não deve consumir mais de 2 bebidas alcoólicas por dia, sendo homem, ou 1 bebida sendo mulher	3,29	1,233	2,86	1,574	0,827	0,364
Deve controlar a quantidade que bebe e parar quando atinge um determinado número limite	4,50	0,791	4,43	0,535	0,059	0,809
Deve beber lentamente, deixando passar o tempo e evitando ingerir a bebida rapidamente	3,77	1,232	3,71	1,380	0,013	0,908
Para evitar a intoxicação e abrandar a absorção de álcool, deve beber 1 copo de água após ingerir uma bebida alcoólica e não deve beber com o estômago vazio	3,77	1,292	3,86	1,069	0,035	0,852

Nota: n = 376; escala: 1 (Nunca) a 5 (Sempre)

**Tabela II.15:** Testes estatísticos para hipótese 8 - Opinião dos indivíduos sobre o número máximo de bebidas alcoólicas que uma pessoa saudável pode beber em contextos distintos segundo os escalões de quantidade de consumo diário.

	Até 2 bebidas			Mais de 2 bebidas			U	p
	Média	Desvio padrão	Mean Rank	Média	Desvio padrão	Mean Rank		
Num dia completo	2,44	1,16	170,88	4,14	2,12	250,50	<b>633,500</b>	<b>0,028</b>
Numa refeição incluindo aperitivos e digestivos	1,56	0,82	170,90	2,29	0,95	249,57	<b>640,000</b>	<b>0,022</b>
Num evento especial	3,00	1,35	171,07	3,71	0,76	241,36	697,500	0,056
Num espaço de tempo de duas horas	1,10	0,87	171,02	1,86	1,07	243,57	<b>682,000</b>	<b>0,037</b>
Se de seguida for conduzir uma viatura automóvel	0,44	0,61	171,00	0,86	0,38	244,79	<b>673,500</b>	<b>0,023</b>

Nota: n = 376